

フォントメーカーが考える読みやすい新聞書体

株式会社イワタ 水野 昭

1. はじめに

イワタは 1920 年創業の活字母型に端を発するフォントの専門メーカーである。書籍用の明朝・ゴシックはもちろん、新聞用、教科書用など製品や時代に応じて様々な書体を世に送り出してきたが、ここ数年目を見張るのが UD フォントの台頭である。イワタの新聞書体に限って言うと、UD 新聞書体を販売して以降、導入される本文書体のほぼすべてがこの UD である。

2. 文字の UD とは

「UD」とはユニバーサルデザイン (Universal Design) の略で「年齢や障害の有無に関係なく、できるだけ多くの人々が利用できるように考えられたデザイン」のことである。では「文字の UD」とは何かと言うと、「できるだけ多くの人が見やすく・読みやすい文字」ということになる。

最初に言っておくと、「すべての状況において見やすい文字」というものはない。使用目的、内容、表示媒体、読み手の生活習慣など、条件が変われば文字デザインも変わる。UD フォントはもちろん、すべての書体は一定の条件のもとで使用されることを想定して作られたものだから、書体の選定、使い方に注意を払ってこそデザイン効果が発揮される。

さて、「UD フォント」が市販されたのは 2006 年で、パナソニックとイワタが共同開発した「イワタ UD ゴシック」(以下、UD ゴシ

ック) が業界初であった。今ではすべてのパナソニック製品にこの UD ゴシックが使われている。当初想定していた UD ゴシックの使用条件は、

- ① 横組み
- ② 短文 (おおむね 10 文字以内)
- ③ シルクスクリーン印刷用

というものであった。しかし UD ゴシックのデザインが比較的幅広い使用条件に耐え得ることが世の中に認知されるにともない、電機業界だけでなく、出版、広告、教育、金融など、思わぬ業界にまで広がっていった。その理由として、以下の 2 つが背景にあったと分析している。

- ① 社会が高齢化したことにより読み手の平均視力が低下したこと
- ② 製品の軽薄短小および多機能化により印字文字が小サイズ化したこと

つまり、目が悪くなっているのに、文字が小さくなっている不便な社会では必然的に見やすい文字が求められるというわけだ。

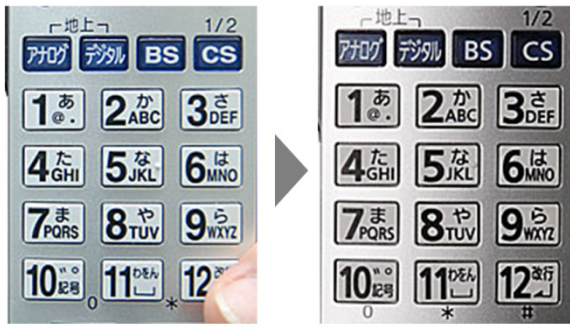


図1 UDゴシックの使用例
(左が従来ゴシック、右がUDゴシック)

3. 見やすさ・読みやすさとは

UD フォントを研究・開発する際、その特徴や度合いを表すために、以下 4 つの指標を設けた。

- ① 視認性
- ② 判読性
- ③ 可読性
- ④ デザイン性

見やすさと読みやすさはしばしば混同されるが、イワタでは視認性のことを見やすさ、可読性のことを読みやすさと言っている。視認性とは文字そのものの見やすさであり、文字サイズや文字の線幅、文字のフトコロ（文字の内側の空間）を工夫することによって改善することができる。判読性は他の文字との見分けやすさであり、例えば濁点と半濁点、3と8など間違えやすい文字のデザインやシルエットを強調することで改善できる。可読性は文章にしたときの読みやすさであり、長時間の読書のときにいかにストレスなく読めるかということである。デザイン性は美しさだけでなく、使用されるシーンへの適応性でもある。見る者にとって

違和感を感じたり、購買意欲を低下させるものであってはならない。

- アキを確保する



- 文字を大きくデザインする・フトコロを広くする



図2 視認性をあげるための施策（一例）



図3 悪条件を想定したシミュレーション

これら 4 つの要素のうち、視認性と判読性を測定するのは難しくない。暗くする、文字を小さくする、ぼかすなど悪条件下で視力検査をすればよい。しかし可読性に関しては昔から研究されているものの、これといった測定方法が見つかっていない。可読性は読むスピードや理解度、ストレスなどと相関があることが知られているが、これらを定量的に測定するのは極めて困難だ。仮に 2 つの文章を読み比べたとしても、スピードは 2 つ目が有利であろうし、ストレスはその時々体調や環境に大きく左右される。今のところ 2 つを読み比べて主観評価してもらうしかない。文字デザイナーは、被験者の意見と経験則を頼りに文字の骨格、字面、線幅などを試行錯誤しながら繰り返しデザ

インしていく。そして最も評価が高い書体を（いわば多数決で）最も読みやすい書体として採用するのだ。このつかみどころの無さは、ある専門家の証言にも表されている。

「文字活字は人工物の一種であり、本来けっして読みやすいものではありません。書物の読みやすさをきめるのは、読者の書体にたいする馴れであり、読者はもっともよく読んできた書体を、もっとも読みやすい書体だと判断します。」
 (朗文堂・片塩二郎氏)

つまり絶対に読みやすい書体は無く、読み手によって読みやすい書体は異なるというものだ。

4. UD フォントのファミリー化

最初に開発した UD ゴシックは上記の 4 つの指標のうち、視認性、判別性を向上させることに注力し、可読性は度外視した。これは使い方が短文に限られていたことと、視認性と可読性の両立が困難なことが経験上わかっていたからだ。

その後、イワタ UD フォントファミリーには UD ゴシック以外に UD 丸ゴシック、UD 明朝、UD 新聞明朝など様々なバリエーションが誕生した。これはイワタの UD ゴシックが世の中に浸透していくにつれ、ユーザから様々な要望が寄せられたためだ。

UD フォントを研究していた当初、視認性と判別性を上げるためには「角ゴシックが最もよい」という結論を得ていた。文字の縦線と横線がともに太い、余計な装飾が無い、先端が角になっていることにより線の方向が明確である

等の理由による。従って当時は「UD フォント」イコール「UD ゴシック」であった。その後の UD フォントは様々な使用条件のもと、あらためて 4 つの指標である視認性、判読性、可読性、デザイン性のバランスを見直したものである。

例えば UD 丸ゴシックは子供や若者向けとして親しみやすさを持たせたものであり、UD 明朝は高級品のパンフレットに格調を持たせたい、高齢者向けの会報に見やすい明朝はないかという要望に応えたものであった。UD 丸ゴシックも UD 明朝も視認性をある程度確保しつつ、デザイン性に工夫を凝らしたものであった。

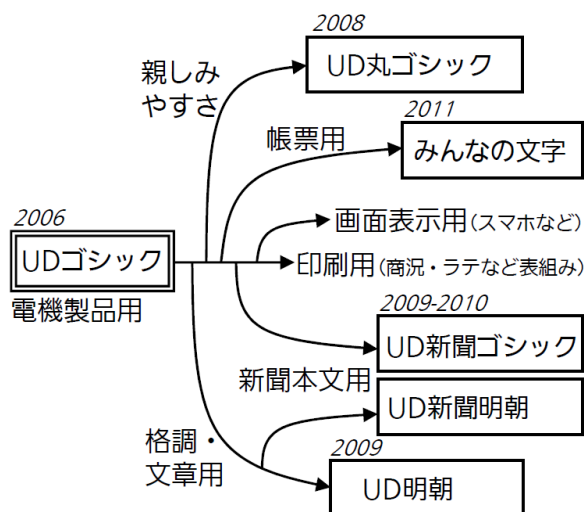


図 4 イワタ UD フォントファミリー系統図

5. UD 新聞書体の誕生

では UD 新聞明朝はというと、一般向けの UD 明朝を新聞に使えないかという信濃毎日新聞社の発想によるものであった。新聞書体は視認性、判読性はもちろんのこと、可読性や新聞としての高いクオリティが求められる。いくら視認性のためとは言え、ゴシックだけで新聞

を組んでは新聞の製品性が問われてしまう。そもそもゴシックは読者の視線を引きつけるために使用される書体であり、明朝の中にあつてこそ効果を発揮する。多くの情報が存在する広い紙面ではやはり明朝が適切なのだ。

では新聞の文字として、見やすさと読みやすさのバランスをどうとるべきであろうか。多くの情報を小さい文字で詰め込んでいる紙面の現状、高齢の読者のことを考慮すると、文字が見えなくなることが最も深刻であるから、何よりも文字個々の見やすさが求められる。一方で記事を読む際に視線がスムーズに移動できなくてはならないし、リズム感も必要だ。だから視認性、判読性はもちろんだが、新聞では可読性も大切な要素なのだ。これらのバランスをとるために、信濃毎日新聞社のアドバイスのもと、文字デザインの様々な要素を変更しながら何百もの試作品を作り、最終的にはユーザテストの結果を参考にデザイン仕様を決定した。

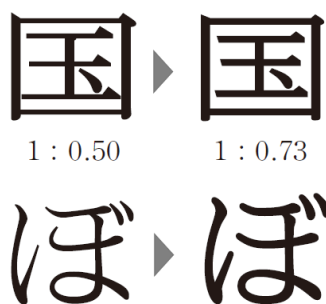


図5 新聞明朝の比較

(左が従来新聞明朝、右がUD新聞明朝、数字は80%扁平時の縦横線の比率)

6. 書体の使い方

ある大手印刷会社が調査したところによると、見やすさ・読みやすさを決める要素の順序は、

- ① 文字サイズ
- ② 行間・字間
- ③ 書体

とのことだ。このことは、見やすく、読みやすくするためにはまず文字を大きくせよ、そしてきちんと組む、レイアウトすることが大事であると言っている。だからたびたび行われる新聞の大文字化はある意味正しい。しかし限られた紙面での大文字化はおのずと限度があるから、さらに見やすさ、読みやすさを追い求めると書体の質向上が必要となる。UD新聞明朝・UD新聞ゴシックはそのような背景のもと誕生した書体である。

ここでよく質問されるUD新聞明朝、UD新聞ゴシック、UDゴシックの使い分けについて説明しておきたい。UD新聞明朝は扁平使用を前提とした本文用書体である。UD新聞明朝は昨今の文字の正方化の流れをくみ、扁平率85%を推奨値、その±5%を許容値としてデザインされている。UD新聞ゴシックももちろん扁平使用の本文用書体であり、UD新聞明朝の中にあつてもしっかり目にとまる太さを確保し、なおかつ潰れないようにデザインされている。

一方、新聞の中では表組みが多用される。例えば商況欄、テレビ欄などだ。表組みは横組みで正方文字の単語の羅列であるから、このようなシーンではUDゴシックが有効だ。ただし、UD新聞明朝とUD新聞ゴシックは縦組みに

も横組みにも対応しているのに対し、UD ゴシックは横組み専用であるから注意いただきたい。(UD ゴシックの仮名は横専用にデザインされているため、縦に組む場合は文字個々に中心線の調整が必要になる)

最近(2013年時点)の新聞社の書体導入動向を見ると、これら UD 新聞明朝、UD 新聞ゴシック、UD ゴシックをセットで採用するところがほとんどだ。ちなみに見出し書体の UD 化の必要性を問われることがあるが、見出し書体はもともと大きく使われるため UD という概念は必要無い。むしろ見出しの文字は新聞紙面の個性であり、新聞という製品のデザインに関わる重要な要素である。

イワタUD新聞明朝 イワタUD新聞ゴシ イワタUDゴシック

図6 UDフォントの比較

(上から UD 新聞明朝[85%扁平]、UD 新聞ゴシック[85%扁平]、UD ゴシック[正体])

7. 今後の新聞書体の方向

前述の通り、絶対に見やすい・読みやすい書体はない。新聞の組み方、媒体などが変化していけば、それに見合う文字デザインも変化していく。例えば電子媒体の場合、最初に見出しの一覧が表示され、読者がいずれかの項目を選択したのち、記事本文が表示される。表示エリアが限られている都合上、一画面に表示される情報量が制限されるから、新聞紙面のように文字の大きさ、書体の違いで記事を選んでもらうの

とは対照的であり、記事本文への誘導の仕方が根本的に異なる。だから電子媒体では書体の種類がおのずと少なくなる。また若い世代は PC やスマートフォンに慣れているから、今後は横組みやゴシックでも違和感なく読めるという層が増えるかもしれない。また、現在の新聞紙面では本文文字の大文字化、正方化、書体の UD 化が進むのはもちろん、紙面の見やすさと個性を出すためにレイアウトの工夫や多書体化がさらに進むだろう。一昔前まではほとんどの社が 10 書体未満で新聞を組んでいたが、最近では 20 書体以上導入する社も少なくない。見出しに丸ゴシックや楷書体を用いたり、ポップ系の装飾書体を使うケースが増えている。その他テレビ欄は明朝という従来の常識を覆し UD ゴシックを用いる社もある。テレビ欄は利用率が高いこともあり、書体変更にも二の足を踏む社も少なくないがその効果は一目瞭然であり、他業界から最も評価の高い事例でもある。UD ゴシックを使用したテレビ欄は読売新聞、山梨日日新聞などに見ることができる。

8. ミンゴの登場

イワタの新聞書体の歴史は長く、少しずつではあるが使用状況に合わせて書体も進化している。物資制限の中、限られた紙面で文字をなるべく大きく見せようと新聞用扁平活字を開発したのが 1938 年(昭和 13 年)。1980 年代に新聞システムに合わせてデジタルフォント化。そして高齢社会のもとでお年寄りにも読みやすい UD 新聞書体を開発したのが 2009 年。その後、若い世代を中心とした新聞離れが著しい状況で、今後新聞が生き残るためには若い読者の獲得が必須条件となる。そこで若者や

女性が新聞を身近に感じてもらい手に取るチャンスを増やすために開発し 2015 年に登場したのが「ミンゴ」だ。その名前の通り、明朝とゴシックの特徴を兼ね備えている。ハライや点の形状は明朝独特のやわらかさを残す一方、ラインが揃いスッキリしたゴシックの特徴もあわせ持つ。このミンゴを本文書体の一部として使用する社が増えている。具体的には、社会面や経済面などいわゆる堅い記事には従来通りの明朝体を使い、生活面や文化面、テレビ欄など柔らかい記事にこのミンゴを使うことで紙面の表情が豊かになり記事としての訴求力も一気に高まる。雑誌など他の紙媒体が当たり前のようにやってきたことがようやく新聞で実現される時代になったのだ。このミンゴの特徴はその見た目のデザインだけでなく実は可読性にあるのが大きなポイントだ。2018 年に静岡新聞社、静岡文化芸術大学、イワタの共同研究の結果、高齢になるほど明朝よりもミンゴの方が見やすいという顕著な結果が得られている。これはミンゴが当初、電子媒体での使用を想定して開発されたこともあり、文字の字面がやや小ぶりで文字列としてのラインが揃っていることから行間がしっかり確保され、その結果読みやすくなっているのだ。新聞社の人を見るとミンゴの形やその雰囲気違和感を覚える人が少なくないが、一般読者は記事内容によって書体を変えることには寛大であり、実際にミンゴを導入した社にはクレームはほとんど無い。こうしたデザイン性と可読性が評価され、2019 年 11 月現在、11 紙の新聞社がミンゴを採用している。

イワタ UD 新聞明朝

5.00 人生の切符	55 ㊦ものづくり岩本町
5.30 みのもんだ朝ズバツ！	00 ㊦ SBC スペシャル・あ
㊦ ㊦ 今朝もフル回転！	つあつ！ふうふう！！
みのが斬る迫る涙する	山里コナモン道中記
▽大注目の 8 時またぎ	囲炉裏でおやき▽人気
▽最新ニュースを満載	店のきつねうどん▽極
▽スポーツ情報も熱く	上手打ちそば◇㊦
▽ピタリ！と当てます	00 ㊦ ㊦ うたばん 祝再始動
天気情報・地域情報	スピード大ヒット集&
8.30 ㊦ はなまるマーケット	伝説のお宝トーク濃縮
福井で絶品たべつくし	再来年解散？のワケは
大和田獏の故郷の美味	カトゥーン名勝負に元

イワタミンゴ NP-M

5.00 人生の切符	55 ㊦ものづくり岩本町
5.30 みのもんだ朝ズバツ！	00 ㊦ SBC スペシャル・あ
㊦ ㊦ 今朝もフル回転！	つあつ！ふうふう！！
みのが斬る迫る涙する	山里コナモン道中記
▽大注目の 8 時またぎ	囲炉裏でおやき▽人気
▽最新ニュースを満載	店のきつねうどん▽極
▽スポーツ情報も熱く	上手打ちそば◇㊦
▽ピタリ！と当てます	00 ㊦ ㊦ うたばん 祝再始動
天気情報・地域情報	スピード大ヒット集&
8.30 ㊦ はなまるマーケット	伝説のお宝トーク濃縮
福井で絶品たべつくし	再来年解散？のワケは
大和田獏の故郷の美味	カトゥーン名勝負に元

図 7 UD 新聞明朝とミンゴの比較

（上が UD 新聞明朝、下がミンゴ NP-M。いずれも文字体裁は同じで文字変形なし）

9. さいごに

新聞業界に限ったことでは無いが、書体を UD 化さえすれば良いという考え方が一部にある。書体にはそれぞれに応じた使い方があり、書体以上に組み方が大切である。また新聞は日々目を通すものであり、新聞書体は読者の書体の好みやデザイン感覚に少なからず影響を与えていることを自覚しなければならない。よりよい書体を目指すためにも我々フォントメーカーの努力はもちろんのこと、新聞社、読者からのご指導、お叱りを心待ちにしている。

（みずの あきら）

※本内容は 2013 年 6 月に日本新聞協会発行
の「新聞技術 No.224」に寄稿した内容をもと
に加筆・修正しています。